

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini, adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran konsumen pada makanan snack UMKM bersertifikasi halal. Sedangkan, subjek penelitiannya adalah konsumen snack UMKM yang bersertifikasi halal di Kota Bandung. Produk makanan snack UMKM yang dimaksud ialah snack yang berkemasan, berlabel halal dan di produksi di sekitar wilayah Kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode yang digunakan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

Adapun, metode yang digunakan adalah metode survei yang dijadikan sebagai sumber data primer. Metode survei ini, memiliki titik fokus yakni pada pengumpulan data responden. Sebagaimana, data tersebut berisikan informasi-informasi tertentu yang dapat dijadikan sebagai pemecah masalah pada penelitian kali ini. Maka, untuk pengumpulan data ini dilakukan dengan menggunakan kuisioner/angket. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini termasuk kedalam golongan penelitian asosiatif atau hubungan. Penelitian asosiatif atau penelitian hubungan adalah suatu hubungan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dalam penelitian ini hubungan itu berkaitan dengan hubungan sebab akibat. Hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) (Sugiyono, 2012).

Cucu Winesi, 2019

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN SNACK UMKM BERSERTIFIKASI HALAL DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.2 Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012).

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel penelitian diantaranya : Variabel dependen (variabel terikat). Variabel dependen adalah suatu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. (Sugiyono, 2012). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kesadaran konsumen. Sedangkan, variabel lainnya adalah variabel independen (variabel bebas). Variabel dependen adalah suatu variabel yang mempengaruhi variabel lain. (Sugiyono, 2012). Variabel Independen dalam penelitian ini adalah keyakinan agama, sertifikasi halal, paparan informasi, alasan kesehatan dan *self identity*.

Operasional variabel sangat diperlukan dalam sebuah penelitian untuk menentukan jenis, indikator variabel dan skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian.

Berikut ini operasional variabel yang akan dilakukan dalam penelitian ini, dipaparkan dalam bentuk tabel dibawah ini :

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Analisis Teori	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	No
Keyakinan Agama (X1)	Pengetahuan agama dan keyakinan merupakan faktor penentu dalam mengatur sebuah pola makan. Sebab, dalam beberapa agama terdapat batasan-batasan dalam makanan. Apa yang boleh dikonsumsi dan apa yang tidak boleh dikonsumsi, setiap agama telah memiliki aturannya tersendiri. Sehingga kepercayaan dalam beragama tersebut dapat dijadikan sebagai pedoman dalam berperilaku sebagai konsumen (Simons 1994 dalam Ambali dan Bakar, 2014).	1. Mengetahui konsep halal	1.Mengetahui konsep makanan halal	Ordinal	1
		2.Mengkonsumsi makanan halal merupakan bentuk ketaatan dalam beragama	2.Mengkonsumsi makanan halal merupakan bentuk ketaatan dalam beragama		2
		3.Menunda makan jika tidak tersedia makanan halal	3.Menunda makan jika tidak tersedia makanan halal		3
		4.Menghindari makanan non-halal sebagaimana yang diketahui hal tersebut dilarang dikonsumsi dalam agama Islam	4.Menghindari makanan non-halal sebagaimana yang diketahui hal tersebut dilarang dikonsumsi dalam agama Islam		4
		5.Mengkonsumsi makanan non-halal adalah perbuatan dosa	5.Mengkonsumsi makanan non-halal adalah perbuatan dosa		5
		6. Mengetahui batasan – batasan dalam makanan yang sesuai dengan Syari’at			

Cucu Winesi, 2019

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN SNACK UMKM BERSERTIFIKASI HALAL DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		Islam			
Peran Label/ Sertifikasi Halal (X2)	Logo halal dapat dijadikan sebagai faktor yang sangat penting. Karena tercantumnya logo halal dalam suatu produk berarti bahwa produk tersebut terjaga kebersihannya, keamanannya, dan sudah tentu terjamin kehalalannya, (Ambali dan Bakar, 2014).	1.Memastikan tercantumnya sertifikasi/logo halal dalam produk makanan 2.Mengetahui seperti apa itu sertifikasi/logo halal 3.Tercantumnya sertifikasi/logo halal berarti produk tersebut terjamin keamanan & kebersihannya. 4.Hanya mengkonsumsi produk yang bersertifikasi/logo halal 5.Sertifikasi halal mempermudah konsumen dalam menyelektif makanan 6.Pencantuman logo halal mempengaruhi persepsi saya 7.Pencantuman logo halal indikator kehalalan suatu produk 8.Pencantuman logo halal sebagai bentuk perlindungan kepada konsumen	1.Memastikan tercantumnya sertifikasi/logo halal dalam produk makanan 2.Mengetahui seperti apa itu sertifikasi/logo halal 3.Tercantumnya sertifikasi/logo halal berarti produk makanan tersebut terjamin keamanan & kebersihannya. 4.Hanya mengkonsumsi produk makanan yang bersertifikasi/ logo halal 5.Sertifikasi halal mempermudah konsumen dalam menyelektif makanan 6.Pencantuman logo halal mempengaruhi persepsi saya 7.Pencantuman logo halal indikator kehalalan suatu produk	Ordinal	6 7 8 9 10 11 12
Paparan Informasi (X3)	salah satu cara terbaik untuk membantu orang sadar dengan apa yang dikonsumsi dalam konteks secara higienis dan keselamatan yang dimana sebuah tujuan utamanya adalah halal ialah dengan melalui paparan informasi pendidikan (Patnoad, 2005 dalam Ambali dan Bakar, 2014). Seorang konsumen bergantung pada penjual dalam melakukan pembelian dan menaruh kepercayaan mereka pada sumber informasi dan informasi yang diterima (Anderson, et al., 2004 dalam Ambali dan Bakar, 2014).	1.Mendapatkan informasi produk halal dari lingkungan sekolah/kampus/ kantor 2.Mendapatkan informasi produk halal dari media massa seperti tv, majalah, radio, dan internet 3.Mendapatkan informasi produk halal dari penjual 4.Tingkat pemahaman saya dipengaruhi oleh teman 1. Pemahaman saya dipengaruhi oleh iklan	1.Mendapatkan informasi produk makanan halal dari lingkungan sekolah/kampus/ kantor 2.Mendapatkan informasi produk halal dari media massa seperti tv, majalah, radio, dan internet 3.Mendapatkan informasi produk halal dari penjual 4.Saya mendapatkan kemudahan untuk mengakses/menjangkau makanan snack UMKM yang bersertifikasi halal	Ordinal	13 14 15 16
Alasan Kesehatan (X4)	Timbul beragam penyakit yang disebabkan oleh gizi buruk dan pola konsumsi yang tidak sehat. Dengan demikian, seorang konsumen harus mampu memastikan makanan yang dikonsumsi itu benar-benar aman, higienis, dan tidak berbahaya bagi kesehatan tubuh. Hal ini menunjukkan bahwa	1.Mengonsumsi makanan halal dapat menjaga dari penyakit 2.Makanan halal itu menyehatkan 3.Makanan halal merupakan jaminan keamanan bagi kesehatan 4.Makanan halal itu berkualitas tinggi 5.Makanan halal merupakan	1.Mengonsumsi makanan halal dapat menjaga dari penyakit 2.Makanan halal itu menyehatkan 3.Makanan halal merupakan jaminan keamanan bagi kesehatan	Ordinal	17 18 19

	alasan kesehatan sangat berkaitan erat dengan kesadaran konsumen dalam memilih produk makanan yang akan dikonsumsi (Rice, 1993 dalam Ambali & Bakar, 2014).	menu makanan yang baik 6. Makanan halal adalah makanan yang bersih			
<i>Self Identity</i> (X5)	<i>Self-Identity</i> sebagai seorang “Muslim” mengartikan bahwa seorang individu memiliki tekanan untuk bertindak dengan cara yang benar yang dapat diterima di Masyarakat Muslim. Studi sebelumnya, menyebutkan fakta bahwa sebagian besar masyarakat seorang individu dipengaruhi oleh anggota lain dari sumber kelompok, ciri-ciri perilaku yang menghubungkan ke dalam asal-usul spriritual keagamaan, (Lindridge, 2002. Lindridge & Dibb, 2003 dalam Salman & Siddiqui, 2011).	1. Keluarga dan teman saya selalu mengkonsumsi makanan halal 2. Orang tua/saudara saya akan berhenti mengunjungi rumah saya. Jika menyajikan makanan non-halal 3. Setiap muslim harus taat terhadap aturan makan sebagaimana yang telah ditentukan oleh agama Islam	1. Keluarga dan teman saya selalu mengkonsumsi makanan halal 2. Orang tua/saudara saya akan berhenti mengunjungi rumah saya. Jika menyajikan makanan non-halal 3. Setiap muslim harus taat terhadap aturan makan sebagaimana yang telah ditentukan oleh agama Islam 4. Saya merasa penting untuk mengkonsumsi makanan snack UMKM yang bersertifikasi halal	Ordinal	20 21 22 23
Kesadaran Konsumen (Y)	Kesadaran halal dapat dikonseptualisasikan sebagai proses mendapatkan informasi dalam rangka meningkatkan tingkat kesadaran terhadap apa yang diperbolehkan bagi Muslim untuk dimakan, diminum, dan digunakan (Ambali dan Bakar 2014).	1. Aspek halal menjadi bahan pertimbangan dalam memilih suatu produk 2. Memastikan kehalalan komposisi produk 3. Berusaha menghindari produk yang tidak jelas/meragukan kehalalannya 4. Mengonsumsi makanan halal sebagai bentuk keyakinan 5. Memiliki rasa kepedulian terhadap isu-isu makanan halal 6. Memiliki tingkat kepedulian terhadap cara dan mendapatkan dan proses pengolahan makanan 7. Merasa khawatir/ragu terhadap produk makanan yang tidak berlabel halal 8. Merasa tenang jika produk yang dikonsumsi jelas halal 9. Memiliki tingkat kepercayaan terhadap pencantuman sertifikasi halal	1. Aspek halal menjadi bahan pertimbangan dalam memilih suatu produk makanan halal 2. Memastikan kehalalan komposisi produk makanan halal 3. Berusaha menghindari produk makanan yang tidak jelas/meragukan kehalalannya 4. Mengonsumsi makanan halal sebagai bentuk keyakinan 5. Memiliki rasa kepedulian terhadap isu-isu makanan halal 6. Merasa tenang jika makanan yang dikonsumsi jelas halal 7. Memiliki tingkat kepercayaan terhadap pencantuman sertifikasi halal	Ordinal	24 25 26 27 28 29 30

Sumber : Data diolah penulis, 2019

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini, adalah konsumen muslim yang berdomisili di wilayah Kota Bandung. Namun, untuk jumlahnya belum dapat diketahui.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2013).

Dalam penentuan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Ridwan untuk menentukan sampel dengan jumlah populasi (n) yang belum diketahui. Adapun rumus tersebut adalah sebagai berikut :

$$n = 0.25 \left[Z^{\alpha/2} \right]^2$$

(Ridwan, 2004)

Keterangan :

n : Jumlah sampel

$Z^{\alpha/2}$: Nilai yang didapati dari tabel normal atas tingkat keyakinan

E : Kesalahan penarikan sampel

Dalam penelitian ini, tingkat keyakinan yang ditaksir mencapai 95%. Maka, nilai $Z^{\alpha/2} = 1,96$. Sedangkan, untuk tingkat kesalahan penarikan sampel mencapai 10%. Maka, dengan menggunakan perhitungan rumus Ridwan akan mendapatkan hasil sampel yang diperlukan dalam penelitian ini. Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = 0.25 \left[Z^{\alpha/2} \right]^2$$

$$n = 0.25 \left[1,96 / 0,10 \right]^2$$

$$n = 96,04 \approx 100$$

Berdasarkan rumus ridwan, maka didapatkan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 96,04 orang. Namun, untuk memudahkan perhitungan statistik, sehingga dibulatkan menjadi 100 orang.

3.3.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan suatu teknik/cara pengambilan sampel dalam suatu penelitian. (Sugiyono, 2013:116). Pada dasarnya, teknik *sampling* dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Adapun, metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* dapat dilakukan melalui pengambilan sampel dari populasi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam hal ini, kriteria responden yang digunakan adalah konsumen muslim di atas 17 tahun, sehat jasmani dan rohani. Konsumen tersebut sudah pernah mengonsumsi makanan snack UMKM yang bersertifikasi halal di Kota Bandung. Selain itu, konsumen juga harus mengetahui tentang produk halal. Dalam artian, mampu membedakan mana produk halal dan yang bukan

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data, dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuisioner. Kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013). Metode ini, dianggap suatu teknik yang memiliki nilai lebih karena telah diakui sebagai teknik pengumpul yang baik. Selain itu, peneliti juga

menggunakan teknik studi literatur sebagai teknik pengumpulan data pada penelitian ini. Telah kita ketahui bersama, bahwa studi literatur merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data-data atau sumber-sumber penelitian sebelumnya yang sangat berguna untuk penelitian berikutnya.

Adapun, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer sendiri dapat didapatkan secara langsung melalui penelitian lapangan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden. Data primer ini diperoleh melalui hasil kuisioner/angket yang disebarakan kepada konsumen muslim yang pernah mengkonsumsi produk makanan snack UMKM bersertifikasi halal di Kota Bandung.

Dalam penelitian ini, untuk skala yang digunakan yaitu skala *Likert* dengan rentang skor 1-5. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013).

3.5 Uji Instrumen

Dalam sebuah penelitian, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, hal ini dikarenakan data merupakan deskripsi dari variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis yang diuji. Benar atau tidaknya suatu data, sangat menentukan bermutu-tidaknya hasil sebuah penelitian. Sedang benar-tidaknya data, tergantung dari baik-tidaknya instrumen pengumpulan data. Sebuah instrumen dikatakan baik sebagai alat ukur jika memiliki ciri-ciri yang valid dan reliabel.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengukur variabel yang ingin diukur. Untuk mengukur kevalidan tersebut, maka digunakan perhitungan rumus Koefisien Korelasi Sederhana. Rumus dari Karl Pearson ini disebut juga dengan *Pearson Product Moment*.

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

n = Banyaknya Pasangan data X dan Y

$\sum x$ = Total Jumlah dari Variabel X

$\sum y$ = Total Jumlah dari Variabel Y

$\sum x^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel X

$\sum y^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y

$\sum xy$ = Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel X dan Variabel Y

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *Pearson's Product Moment Coefficient* r dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghazali (2016), yaitu jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan dengan program SPSS 22 didapatkan hasil pengujian dalam bentuk tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Kesadaran konsumen terhadap produk makanan halal (Y)	1	0,705	0,196	Valid
2.		2	0,618	0,196	Valid
3.		3	0,745	0,196	Valid
4.		4	0,785	0,196	Valid
5.		5	0,821	0,196	Valid
6.		6	0,678	0,196	Valid
7.		7	0,617	0,196	Valid
8.	Keyakinan Agama (X1)	1	0,536	0,196	Valid
9.		2	0,622	0,196	Valid
10.		3	0,731	0,196	Valid
11.		4	0,736	0,196	Valid
12.		5	0,615	0,196	Valid
13.	Peran Sertifikasi Halal (X2)	1	0,676	0,196	Valid
14.		2	0,676	0,196	Valid
15.		3	0,841	0,196	Valid
16.		4	0,765	0,196	Valid
17.		5	0,666	0,196	Valid
18.		6	0,774	0,196	Valid
19.		7	0,819	0,196	Valid
20.	Paparan Informasi (X3)	1	0,784	0,196	Valid
21.		2	0,777	0,196	Valid
22.		3	0,773	0,196	Valid
23.		4	0,696	0,196	Valid
24.	Alasan Kesehatan (X4)	1	0,800	0,196	Valid
25.		2	0,915	0,196	Valid
26.		3	0,920	0,196	Valid
27.	<i>Self Identity (X5)</i>	1	0,777	0,196	Valid
28.		2	0,759	0,196	Valid

29.		3	0,626	0,196	Valid
30.		4	0,724	0,196	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel 3.2, maka diperoleh data dari 30 item pernyataan pada angket variabel X yakni keyakinan agama, peran sertifikasi halal, paparan informasi, alasan kesehatan, dan *self identity* yang memiliki 23 item dinyatakan valid dan untuk variabel Y yakni kesadaran konsumen terhadap produk makanan halal yang memiliki 7 item dinyatakan valid. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dari 30 item semua pernyataan tersebut dikatakan valid sehingga item-item tersebut dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

3.5.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas menyatakan bahwa apabila instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2008).

Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*. Rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen yang dicari

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah variansi skor butir soal ke-i

i = 1, 2, 3, 4, ...n

σ_t^2 = Variansi total

(Suharsimi Arikunto, 2006)

Cucu Winesi, 2019

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN SNACK UMKM BERSERTIFIKASI HALAL DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Uji Reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan bantuan program SPSS 22. Pengujian dilakukan dalam tahapan yaitu dengan membandingkan nilai pada *Cronbach's Alpha* dengan nilai pada *Cronbach's Alpha if item deleted*. Jika *Alpha* rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel dan harus dilakukan test kelanjutan guna melihat item-item tertentu yang tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas dengan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 =Reliabel. Interpretasi reliabilitas dapat juga menggunakan pertimbangan gambar di bawah ini :

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cronbach Alpha</i> yang diisyaratkan	Keterangan
1.	Kesadaran konsumen terhadap produk halal (Y)	0,81	0,60	Reliabel
2.	Keyakinan Agama (X1)	0,60	0,60	Reliabel
3.	Peran Sertifikasi Halal (X2)	0,86	0,60	Reliabel
4.	Paparan Informasi (X3)	0,74	0,60	Reliabel
5.	Alasan Kesehatan (X4)	0,85	0,60	Reliabel
6.	<i>Self Identity</i> (X5)	0,67	0,60	Reliabel

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan dengan program SPSS 22 didapatkan hasil pengujian dalam bentuk tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.3 Hasil Uji Realibilitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel 3.3, dapat diperoleh nilai realibilitas ke-6 variabel penelitian lebih besar dari nilai *cronbach alpha* yang diisyaratkan sebesar >0,60. Hasil uji realibilitas ini menunjukkan bahwa semua pernyataan dinyatakan sudah reliabel, sehingga kuisioner yang digunakan dapat dikatakan handal untuk memberikan hasil uji yang konsisten.

3.6 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi

Cucu Winesi, 2019

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN SNACK UMKM BERSERTIFIKASI HALAL DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

Selain dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov*, untuk lebih jelasnya dapat menggunakan grafik *probability plot*.

Menurut Ghazali (2011) *probability plot* digunakan untuk membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2013), yaitu: Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasikan. Data yang di analisis merupakan data hasil penelitian lapangan dan studi kepustakaan. Analisis data yang dilakukan dengan bantuan dari program SPSS 22 sebagai alat bantu untuk meregresikan model yang telah dirumuskan.

Adapun, untuk mengetahui sebuah hubungan antara dua variabel atau lebih dapat digunakan dengan menghitung korelasi antara variabel yang akan diteliti. Dalam hal ini, korelasi merupakan sebuah angka untuk menunjukkan arah dan letak kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih.

Maka dari itu, dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji dalam uji hipotesis digunakan perhitungan korelasi untuk variabel-variabel dalam penelitian ini.

Berikut ini, hipotesis yang terdapat pada penelitian ini :

H_0 : Keyakinan agama, peran sertifikasi halal, paparan informasi, alasan kesehatan dan *self identity* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran konsumen terhadap produk makanan halal.

H_a : Keyakinan agama, peran sertifikasi halal, paparan informasi, alasan kesehatan dan *self identity* berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran konsumen terhadap produk makanan halal.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tingkat kepercayaan 95%, tingkat kesalahan $\alpha = 5 \%$, dan derajat kebebasan $n - 2 = 100 - 2 = 98$.

3.7.1 Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2013) bahwa: Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua variabel. Menurut Sugiyono (2013) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

y = Variabel Dependen

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Variabel Independen

e = Standar Error

3.7.2 Uji Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji t dimaksudkan untuk Menurut Sugiyono (2013) menggunakan rumus: mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel bebas yang lain tidak berubah.

$$t = \frac{r\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi *pearson*

r^2 = Koefisien determinasi

n = jumlah sampel

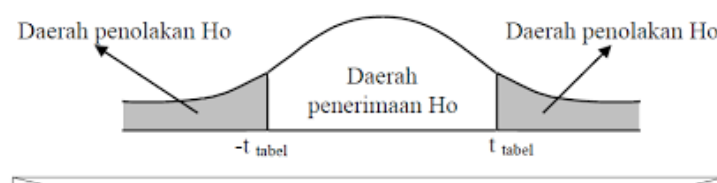
a) Menentukan hipotesis masing-masing kelompok:

H_0 : Variabel independen secara parsial atau individu tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_1 : Variabel independen secara parsial atau individu memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

b) Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika t- hitung < t-tabel, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (H_0 diterima).
- 2) Jika t-hitung > t-tabel, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (H_0 ditolak).



Gambar 3.1

Cucu Winesi, 2019

KESADARAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN SNACK UMKM BERSERTIFIKASI HALAL DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (Uji t)

- c) Menentukan tingkat signifikansi yaitu $\alpha = 0,05$ (5%).
- d) Dalam penelitian ini, juga dilakukan dengan melihat nilai tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) dengan derajat bebas ($n - k$), dimana n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel.

Dengan kriteria pengujian :

- 1) Apabila tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Apabila tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.7.3 Uji Regresi secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Prosedur yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

- a) Dalam penelitian ini, digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas ($n - k$), dimana n : jumlah pengamatan dan k : jumlah variabel.
- b) Kriteria keputusan :
 - 1. Uji Kecocokan model ditolak jika $\alpha > 0,05$
 - 2. Uji Kecocokan model diterima jika $\alpha < 0,05$

3.7.4 Koefisien Korelasi

Analisis korelasi parsial ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel dimana variabel lainnya dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel control). Variabel yang diteliti adalah data rasio maka teknik statistik yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment* (Sugiyono, 2013). Menurut Sugiyono (2013) penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan metode analisis korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi pearson

x = variabel independen

y = variabel dependen

n = banyak sampel

Dari hasil yang diperoleh dengan rumus diatas, dapat diketahui tingkat pengaruh variabel X dan variabel Y. Pada hakikatnya nilai r dapat bervariasi dari -1 hingga +1, atau secara sistematis dapat ditulis menjadi $-1 \leq r \leq +1$. Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternatif, yaitu:

- 1) Bila $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antar kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Bila $r = +1$ atau mendekati +1, maka korelasi antar kedua variabel dikatakan positif.
- 3) Bila $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antar kedua variabel dikatakan negatif.

Sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Tabel 3.4 Tabel Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,39	Rendah
040-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013)

3.7.5 Koefisien Determinan (R-square)

3.7.5.1 Koefisien Determinan Parsial

Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi, tahap selanjutnya adalah mencari nilai koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$K_d = r^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2011)

Keterangan :

K_d : Koefisien determinasi

r^2 : Koefisien kuadrat korelasi ganda

3.7.5.2 Koefisien Determinan Simultan

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel – variabel dependen (Ghozali, 2016). Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel–variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

Semakin tinggi R^2 , semakin penting suatu variabel karena dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel, maka digunakan koefisien determinasi untuk mengukur besar sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar koefisien determinasi terkoreksi atau model regresi, maka model didapatkan akan semakin baik.